

ФУНКЦІЇ УПАКУВАННЯ У ПРОЦЕСІ ТОВАРОРУХУ

Дорошенко Микита, гр. 11МК viktoria24023@ukr.net

Таврійський державний агротехнологічний університет імені Дмитра Моторного

Якість упакування є запорукою упізнаваності товару, а іноді, й його якості та позитивного сприйняття споживачем. Нецікаве, незручне, непривабливе, надлишково габаритне, ненадійне упакування може спотворити бренд та нанести нищівного удару

Як зазначається у ст. 3 Регламенту (ЄС) 1935/2004 [1] (далі – Регламент), процес виготовлення матеріалів і виробів, які призначені для безпосереднього контакту з харчовими продуктами, повинен відбуватись у відповідності до встановлених стандартів виробничої практики, щоб при використанні їх складові елементи не потрапляли до харчового продукту у кількості, яка може: бути шкідливою для здоров'я людини; спричинити недопустимі зміни в складі продукту харчування; погіршити його органолептичні якості.

Упакуванню приділяли велике значення здавна. «Первісні люди носили дикі ягоди і фрукти з лісу в свої печери в шкурах тварин або сплетених з трави кошиках. Вісім тисяч років тому китайці винайшли різноманітні глиняні ємності для зберігання твердих предметів і рідин. Стародавні єгиптяни створили для зберігання рідин скляні посудини. До початку Середньовіччя в розряді пакувальних матеріалів уже значилися шкіра, тканина, дерево, камінь, кераміка і скло. Протягом багатьох століть завданнями упаковки були зберігання, захист і транспортування товарів» [2].

Упакування для товарів виробничого призначення не завжди є необхідним. Значущість його якості, таким чином, не така відчутна для таких товарів, як металеві листи, труби, зерно, пісок, овочі на перероблення тощо. Натомість роль упакування для товарів масового вжитку відчутна. У час високої конкуренції та стану ринку «ринок споживача» навіть через найменший брак або незручність упакування, споживач відмовляється купувати та віддає перевагу аналогічному товару конкурента, що завдає збитків.

У відповідності до ст. 15 Регламенту ЄС 1935/2004 матеріали і вироби, що при використанні контактуватимуть з харчовими продуктами, обов'язково повинні бути промарковані відповідним надписом — «для харчових продуктів, чи спеціально позначені щодо їх використання (наприклад, кавоварка, винна пляшка і т. д.). По можливості повинні бути визначені певні спеціальні умови, яких необхідно дотримуватись при використанні цих виробів і матеріалів. Обов'язковим є зазначення назви, адреси, торгової марки (зареєстрованої у Співтоваристві) виробника або переробника. «Необхідні позначення повинні бути помітними і чіткими та знаходитись при роздрібному продажу: на матеріалах, výroбах чи на упаковці; на етикетках, що прикріплені до матеріалів виробів чи до їх упаковки; на добре помітному для покупця ярлику, що знаходиться в безпосередній близькості з матеріалами чи výroбами, а при інших видах реалізації: на супровідних документах; на етикетах чи упаковці чи безпосередньо на самих матеріалах і výroбах» [1].

Вочевидь, не кожне підприємство додержується вимог, означених Регламентом. Але прагнення до зайняття гідного положення на ринку, бажання споживачів – ті фактори, що спрямовують на відповідальне відношення до створення індивідуального якісного упакування для товарів.

Список використаних джерел:

1. Загальні положення щодо пакування продуктів харчування (матеріали і вироби, що контактують з харчовими продуктами). Режим доступу:

<https://sci.house/zarubejnoe-pravo-scibook/zagalni-polojennya-schodo-pakuvannya-produktiv-28635.html>.

2. Котлер Ф., Келлер К., Павленко А. та ін. Маркетинговий менеджмент: підручник. К. : Хімджест, 2008. 720 с.

Науковий керівник: *к.е.н., доцент Нехай В.В., доцент кафедри маркетингу*